

**PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP NIAT BELI ULANG  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Toko Oleh-oleh Asix A6 di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Herawati Kusumaningtiyas**

**201410160311514**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP NIAT BELI ULANG  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Toko Oleh-oleh Asix A6 di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Herawati Kusumaningtiyas**

**201410160311514**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**



## SKRIPSI

# PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada Toko Oleh - oleh ASIX A6 di Kota Malang)

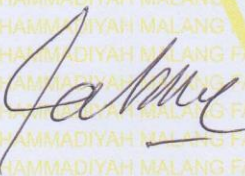
Oleh :

**Herawati Kusumaningtyas**

**201410160311514**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 04 Mei 2019

Pembimbing I,



**Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Pembimbing II,



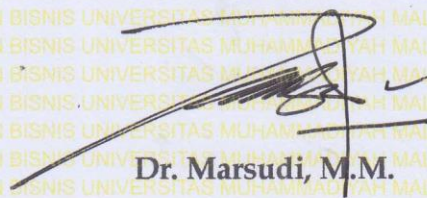
**Drs. Dicky Wisnu UR, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,



**Dr. Marsudi, M.M.**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada Toko Oleh - oleh ASIX A6 di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Herawati Kusumaningtiyas

NIM : 201410160311514

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 04 Mei 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.



### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Herawati Kusumaningtiyas

NIM : 201410160311514

Program Studi : Manajemen

Surel : [Tiyashera@gmail.com](mailto:Tiyashera@gmail.com)

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Tugas akhir dengan judul:

Pengaruh citra toko terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

2. Apabila ternyata didalam tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi saya bersedia tugas ini digugurkan dan gelar akademik saya dibatalkan, serta diproses sesuai ketentuan hukum yang berlaku

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai sumber pustaka yang merupakan hak bagi royalti non exclusive

Dengan pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya dan digunakan sebagai mestinya.

Malang, 15 Oktober 2019

Yang Menyatakan



Herawati Kusumaningtiyas

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim,*

Puji dan syukur yang teramat dalam saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, berkah, hidayah dan ridho-Nya, yang telah memberikan segala kemampuan dan kelancaran kepada saya untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Toko Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Oleh-Oleh Asix A6 Di Kota Malang” sebagai salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Ekonomi program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan beberapa pihak, oleh karena itu perkenankan saya menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada:

1. Dr. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi M.M, selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko ,M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiannya untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Dicky Wisnu UR, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiannya untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Dra. Titiek Ambarwati, M.M. selaku Dosen Wali yang telah sabar memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal berharga berupa ilmu pengetahuan.
8. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya Solichan dan Dwi Titi Mulyani yang selama ini telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang tanpa lelah bekerja dan terus berdoa demi keberhasilan anak-anaknya serta tak pernah berhenti memberikan semangat dan dorongan baik moral maupun materi kepada saya selama awal mengenyam dunia pendidikan hingga mendapatkan gelar sarjana.

9. Terima kasih kepada keluarga Manajemen J 2014 atas kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan Dyas, Emilia, Farida, Fitria, Nurhidayatul, Putriska, dan Sofiana saya ucapkan terima kasih atas masukan, dukungan serta semangat yang diberikan dalam penyelesaian tugas akhir ini, tidak bias membayangkan hari-hari tanpa mereka

11. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa, dukungan, dan motivasi hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Penulis percaya bahwa budi baik yang mendorong serta kerjasama yang telah penulis terima dari Bapak / Ibu / Saudara/I pst akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini memiliki manfaat bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang,

**Herawati Kusumaningtiyas**

# **PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada Toko Oleh-Oleh Asix A6 di Kota Malang)**

**Herawati Kusumaningtiyas**  
**Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis**  
**Universitas muhammadiyah malang**  
**Jalan raya Tlogomas no. 246 Malang, Jawa Timur**  
**Email: tiyashera@gmail.com**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra toko terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan toko oleh-oleh asix a6 di kota malang. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (citra toko), variabel dependen (niat beli ulang), dan variabel mediasi (kepuasan pelanggan). Penelitian ini menggunakan analisis *path* pada 114 responden yang telah ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang dan citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

kata kunci: citra toko, kepuasan pelanggan, niat beli ulang



# **THE EFFECT STORE IMAGE TO REPURCHASE INTENTION THOUGH CUSTOMERS SATISFACTION**

**(Study On Oleh-Oleh Asix A6 Store In Malang City)**

**Herawati Kusumaningtiyas  
Management Studies Program Faculty Of Economics And Business  
University Of Muhammadiyah Malang  
Jalan Raya Tlogomas No. 246 Malang, East Java**

## ***Abstrac***

*The purpose of this study was to examine the effect of store image on repurchase intention with customer satisfaction as a mediation variable on Oleh-oleh Asix A6 Store in the city of malang. The variable include in this study consist of independent variabel (store image), dependent variabel (repurchase intention), and mediation variable (customer satisfaction). This study uses path analysis on 114 respondents who have been determined using purposive sampling technique as a method of sampling by using questionnaires to collect data. The test result showed that store image had positive anf significant effect to customer satisfaction, customer satisfaction had positive impact to repurchase intentionary, and store image had positive and significant effect to repurchase intention with customer satisfaction as mediation variable.*

**Keyword:** store image, customer satisfaction and repurchase intentio

## DAFTAR ISI

|   |    |
|---|----|
| <b>ABSTRAK .....</b>                            |    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                           |    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                     |    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                          |    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                        |    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                       |    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                    |    |
| <b>BAB 1</b>                                    |    |
| <b>PENDAHULUAN</b>                              |    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                 | 1  |
| B. Rumusan Masalah .....                        | 7  |
| C. Batasan Masalah .....                        | 7  |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....          | 8  |
| <b>BAB II</b>                                   |    |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>                         |    |
| A. Teori dan Kajian Pustaka .....               | 9  |
| B. Penelitian Terdahulu .....                   | 17 |
| C. Kerangka Pikir dan Hipotesis .....           | 21 |
| <b>BAB III</b>                                  |    |
| <b>METODE PENELITIAN</b>                        |    |
| A. Lokasi Penelitian .....                      | 26 |
| B. Jenis Data .....                             | 26 |
| C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel ..... | 26 |
| D. Definisi Operasional Variabel .....          | 28 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| E. Jenis dan Sumber Data .....      | 30 |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....    | 30 |
| G. Teknik Pengukuran Data .....     | 31 |
| H. Teknik Pengujian Instrumen ..... | 31 |
| I. Teknik Analisis Data .....       | 33 |

#### **BAB IV**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Dan Karakteristik Responden .....         | 38 |
| B. Uji Instrumen Penelitian .....                     | 41 |
| C. Hasil Teknik Analisis Data .....                   | 44 |
| D. Hasil <i>Path Analysis</i> dan Uji Hipotesis ..... | 53 |
| E. Pembahasan .....                                   | 59 |

#### **BAB V**

#### **PENUTUP**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 67 |
| B. Saran .....      | 68 |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | 70 |
|-----------------------------|----|

|                       |    |
|-----------------------|----|
| <b>LAMPIRAN</b> ..... | 74 |
|-----------------------|----|



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional .....   | 28 |
| Tabel 3.2 Skala Liker .....  | 31 |
| Tabel 3.3 Distribusi Indeks .....  | 34 |
| Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                | 38 |
| Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....  | 39 |
| Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....                                  | 40 |
| Tabel 4.4 jumlah responden berdasarkan pekerjaan .....                                   | 40 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen .....  | 42 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....   | 43 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Citra Toko.....   | 44 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Kepuasan .....  | 50 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Niat Beli Ulang .....                                       | 52 |
| Tabel 4.10 Hasil <i>Path Analysis</i> Citra Toko Terhadap Kepuasan .....                 | 54 |
| Tabel 4.11 Hasil <i>Path Analysis</i> Citra Toko Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang ..... | 54 |
| Tabel 4.12 Hasil Analissi Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung ....                      | 56 |
| Tabel 4.13 Uji Sobel Test .....  | 58 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....  | 22 |
| Gambar 4.1 Analisis Jalur ..... | 57 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1: Kuesioner.....             | 75 |
| Lampiran 2: Frekuensi Jawaban.....     | 79 |
| Lampiran 3: Uji Validitas.....         | 85 |
| Lampiran 4: Uji Reliabilitas .....     | 88 |
| Lampiran 5: <i>Path Analysis</i> ..... | 89 |
| Lampiran 6: Uji Sobel.....             | 89 |





## Daftar Pustaka

- Anderson, E. W. (1994). Customer Satisfaction Market Share and Profitability: Finding Form Sweden. *Journal of Marketing*, Vol 58
- Anoraga, P. (2000). Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bloemer, J., & Odekerken-Schröder, G. (2002). Store satisfaction and store loyalty explained by customer- and store related factors. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol 15.  
pp. 68-80 .
- Chou, Shin-Wei & Hsu, Chia-Shiang. (2015). Understanding Online Repurchase Intention: Social Exchange Theory And Shopping Habit. *Articel In Information System And E-Business Managemen*. January 2015
- Chi, D. H., Yeh, D. H., & Yang, Y. T. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *The Journal of International Management Studies*, Volume 4, Number 1, February.
- Darley, W. K., & Lim, J.-S. (1999). Effects of Store Image and Attitude Toward Secondhand Stores On Shopping Frequency and Distance Traveled. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol 27 No 8. pp. 311-318.
- Anderson, E. W. (1994). Customer Satisfaction Market Share and Profitability: Finding Form Sweden. *Journal of Marketing*, Vol 58
- Dwimujayanti.2017."30 Artis Indonesia Yang Menggeluti Bisnis Kue Oleh-Oleh Khas Kekinian".<https://www.hipwee.com/opini/tren-baru-deretan-30-artis-indonesia-yang-menggeluti-bisnis-kue-oleh-oleh-khas-kekinian/> [diakses 19 April 2018]

Erina.2017.”Oleh–OlehArtis Kekinian Hits Di Malang.<https://food.idntimes.com/dining-guide/erina-destya/oleh-oleh-artis-kekinian-ini-lagi-hits-di-malang-c1c2> [diakses 15 April 2018]

Harumni dian Tri Widya (2010). “Pengaruh Brand Image Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Griya Margahayu Bandung”.Universitas Widyatama

Haurissa, A. I. (2012). Pengaruh Store Image, Travel Distance dan Consumer Satisfaction Terhadap Behavioral Intention Konsumen di Ranch Market Surabaya. *Jp Manajemen*.

J. Beneke, E. A. (2011). An exploratory study of the relationship between store image, trust, satisfaction and loyalty in a franchise setting. *Shothern African Business Revie*, Vol 15. No 2. pp.59-74

Karnawati,Tin Agustina dan Hangini Prabowo.2012.”Sikap Konsumen Terhadap Citra Toko Distro Inspired Di Kota Malang”.STIE ASIA Malang. Volume 1, Nomor 1

Kuntjara. 2007. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen; Studi kasus di PT Wijaya Karya Beton Wilayah IV; Jateng, DIY, Kalsel dan Kalteng, Tesis, Program Studi Magister Manajemen Univeristas Dipenogoro

Kurniawati, Ratna. “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keinginan Untuk Beli Kembali Di Taman Indie Resto Di Kota Malang”

Kotler, P,. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*

- Nurlistiyo, Muhammad Miftah."Pengaruh Citra Toko Suasana Toko Dan Pertunjukan Toko Terhadap Niat Beli Ulang Pada Mirota Batik Yogyakarta.
- Preez, R. du and J. van der Vyver. 2010. Managerial and Consumer Perceptions of Apparel Store Image: A Congruity Analysis, Management Dinamics, Vol 19 No 1. pp. 11-24.
- Rangkuti, Freddy (2002).”Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis”.Jurnal Manajemen Pemasaran 11 Kasus PLN-JP. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ratri, Nurlayla.2017.Dinkop UKM Sebut Ada Tiga Masalah Pengembangan Produk Lokal,Pasar Online Jadi Solusi. <http://www.malangtimes.com/baca/20748/20170905/124834/dinkop-ukm-sebut-ada-tiga-masalah-pengembangan-produk-lokal-pasar-online-jadi-solusi/> [diakses 20 April 2018]
- Sandra Martisiute, G. V. (2010). Product or Brand? How Interrelationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty Work. European Journal of Interdisciplinary Studies, Issue 2. pp.5-15.
- Simamora, B. (2004). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Solvang, B. K. (2007). Satisfaction, Loyalty and Repurchase: A Study o Norwegian Consumers of Furniture and Grocery Stores. Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Vol 20. pp.11-122.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syihabudhin, S. d. (2008). Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta: ANDI



Wijayanti, Rena Feri,dkk.”Pengaruh Citra Toko, Variasi Kualitas, Product Signatureness Terhadap Kualitas Yang Dipersepsikan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Produk Private Label Brands (Survai Pada Konsumen “Inspired 27 Store”). Jurnal Profit Volume 7 No 1

Yudatama, A., Saryadi, dan Susanto, H., 2012, Pengaruh *Store Image*, *Store Atmospherics*, *Store Theatrics*, dan *Social Factors* Terhadap Pembelian Tidak Terencana, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 1, No. 1: 1-10

Yudiono,Nur. “Pengaruh *Store Image* (Citra Toko) Terhadap Pembentukan *Private Brand Image* (Citra Merek Produk Privat) (Survei Pada Pembeli Produk *Private Brand* (Produk Merek Giant) Pada Giant Hypermarket Gajayana Kota Malang)”

Yulianti, Ni Made Dhian Rani.2014.”Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang Pada Circle Di Kota Denpasar”. Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.8 No.1, Februari 2014

Yulianti, N. M., Suprpti, N. W., & Yasa, N. N. (2014). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang Pada Circle K di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 8 No.1



# LEMBAGA INFORMASI DAN PUBLIKASI-FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Orisinalitas Publikasi Ilmiah

Nomor: E.4/022/1/LIP/FEB-UMM/II/2019



## Menyatakan artikel yang berjudul:

PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
STUDI PADA TOKO OLEH-OLEH ASIX A6 DI KOTA MALANG  
atas nama

*Herawati Kusumaningtias*

Setelah melalui telaah manual dan pendekteksian plagiarisme melalui software Turnitin,  
indeks plagiarisme naskah tersebut dibawah 25% dan dinyatakan  
memenuhi kriteria bebas plagiasi



Dr. Idah Zuhroh, M.M



Malang, 25 Februari 2019  
Kepala LIP FEB  
  
Novi Puji Lestari, S.E., M.M